

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN KOMUNIKASI

Jurusan Komunikasi Pemasaran

Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi

Semester Genap tahun 2011/2012

**PENGARUH *PUBLIC RELATIONS* DALAM PROMOSI PRODUK FLEXI
AKSES *MOBILE BROADBAND* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
TELKOM FLEXI (STUDI KASUS PELANGGAN DI PLASA TELKOM
JAKARTA PUSAT)**

Chairinnisa Kartika Pertiwi 1200999394

Abstrak

Tujuan yang penulis harapkan adalah untuk mengetahui pengaruh *public relations* dalam promosi produk Flexi *Mobile Broadband* terhadap loyalitas pelanggan Telkom Flexi.

Dalam penelitian ini, penulis memilih metode Kuantitatif. Metode penelitian yang menjelaskan secara terperinci mengenai metode penelitian, variabel penelitian, populasi, dan sample data, objek penelitian, sumber data, prosedur pengumpulan data dan analisis data dengan menggunakan analisis hubungan (asosiatif).

Berdasarkan hasil penelitian uji korelasi didapatkan nilai signifikansi ANOVA dengan ketentuan Nilai sig < 0,1 yaitu $0,000 < 0,1$. Itu berarti terdapat hubungan antara *public relations* dengan loyalitas pelanggan.

Dari hasil penelitian dan pembahasan berdasarkan uji koefisien regresi sederhana (Uji t) didapatkan Nilai t hitung > t tabel yaitu $12,196 > 1,665$ maka **H₀ ditolak** dan **H₁ diterima** artinya bahwa ada pengaruh secara signifikan antara *public relations* dengan loyalitas pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh *public relations* dalam promosi produk Flexi akses *mobile* memberikan pengaruh yang kuat dan memiliki hubungan dengan loyalitas pelanggan.

Kata kunci:

Pengaruh, *Public Relations*, Promosi, Loyalitas Pelanggan.